



پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد: رامین نقابی، ۱۳۹۹

## بررسی نقش بازی وارسازی در سودمندی درک شده و استمرار استفاده از خرید برخط

این پژوهش با هدف بررسی نقش بازی وارسازی در سودمندی درک شده و استمرار استفاده از خرید برخط صورت گرفت. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر روش و ماهیت توصیفی پیمایشی از نوع همبستگی بود. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه دانشجویان مقاطع کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری دانشگاه فردوسی مشهد به تعداد 25000 نفر بودند که براساس جدول مورگان تعداد 384 نفر به عنوان نمونه انتخاب گردید و پرسشنامه 31 سوالی پژوهش در بین آنها توزیع گردید در پژوهش حاضر برای اندازه گیری متغیرها از مطالعه حسن و همکاران (2019) استفاده شده است پایایی پرسشنامه مذکور به روش آلفای کرونباخ برای کل سوالات 0/82 بدست آمد و روایی محتوای پرسشنامه نیز مورد تایید استاد راهنما قرار گرفت. داده های به دست آمده با روش های آمار توصیفی (میانگین، درصد فراوانی) با استفاده از نرم افزار SPSS نسخه 19 و آمار استنباطی (روش معادلات ساختاری) با استفاده از نرم افزار PLS تجزیه و تحلیل شد. نتایج نشان داد بازی وارسازی در سودمندی درک شده و استمرار استفاده از خرید برخط تاثیر معناداری دارد.

**کلیدواژه‌ها:** بازی وارسازی، سودمندی درک شده، استمرار استفاده از خرید برخط

شماره‌ی پایان‌نامه: ۱۲۷۲۹۱۰۶۰۳۶۱۲۴۸۱۳۹۸۱۷۷۷۰۹

تاریخ دفاع: ۱۳۹۹/۱۱/۲۵

رشته‌ی تحصیلی: مدیریت فناوری اطلاعات

دانشکده: علوم انسانی

استاد راهنما: دکتر رضا فلاح

### **M.A. Thesis:**

## Exploration the role of gamification in received benefits and continued use of online shopping

This study aimed to investigate the role of playmaking in perceived usefulness and continued use of online shopping. This research was applied in terms of purpose and in terms of method and descriptive-survey nature of correlation. The statistical population of the study included all undergraduate, graduate and doctoral students of Ferdowsi University of Mashhad, numbering 25,000 people. Based on Morgan table, 384 people were selected as a sample and a questionnaire of 31 research questions was distributed among them. Et al. (2019) used the reliability of the questionnaire by Cronbach's alpha method for all



questions was 0.82 and the validity of the content of the questionnaire was also confirmed by the tutor. Data were analyzed by descriptive statistics (mean, frequency percentage) using SPSS software version 19 and inferential statistics (structural equation method) using PLS software. The results showed that playmaking has a significant effect on perceived usefulness and continued use of online shopping..